

**UNIVERSIDADE DO EXTREMO SUL CATARINENSE – UNESC - CURSO DE
PÓS-GRADUAÇÃO ESPECIALIZAÇÃO EM EDUCAÇÃO ESTÉTICA: ARTE E AS
PERSPECTIVAS CONTEMPORÂNEAS**

ALESSANDRO DA ROCHA MATILDE

AS IMAGENS DO COTIDIANO NAS AULAS DE ARTES

CRICIUMA, DEZEMBRO DE 2010.

ALESSANDRO DA ROCHA MATILDE

AS IMAGENS DO COTIDIANO NAS AULAS DE ARTE

Monografia apresentada à Diretoria de Pós-graduação da Universidade do Extremo Sul Catarinense- UNESC, para a obtenção do título de especialista em Educação Estética.

Orientador: Prof. MSc. Mirian Jane Medeiros Plácido

CRICIÚMA, DEZEMBRO DE 2010.

Dedico este trabalho primeiramente a Deus, por ter feito a vida, pelo amor que juntou meus pais, José e Helena. Estes que são os pilares que sustentam a construção de meus sonhos, pessoas que tenho muito orgulho, que sempre estiveram ao meu lado, ajudando-me no que precisasse me dando carinho, apoio e incentivos, fazendo com que eu construísse um caminho cheio de realizações e alegrias.

AGRADECIMENTO

A todos os professores que fizeram parte de
minha vivência dentro da Universidade,
inserindo novos conhecimentos.

O pior analfabeto é aquele que não vê, e não vendo, jamais será capaz de olhar.

Bertold Brecht

RESUMO

Esta pesquisa de natureza qualitativa tem como finalidade refletir sobre o uso da comunicação visual em sala de aula, investigando seu uso diante do professor/aluno, diferenciando o processo técnico do artístico. Deste modo a investigação vem com a pretensão de discorrer sobre uma lente teórica que contempla uma discussão sobre arte, educação e comunicação visual que é o fio condutor desta investigação. Proponho um diálogo a partir da comunicação visual do outdoor como vivência nas aulas de arte. Neste sentido apresento o seguinte problema: É possível utilizar com alunos os outdoors, veículos de comunicação visual que comportam signos e símbolos, como uma das linguagens artísticas em sala de aula. Delineei como objetivo geral, ampliar o conhecimento sobre as diferentes possibilidades de utilizar os veículos de comunicação visual nas aulas de arte. Tendo como objetivos específicos: discorrer sobre o conhecimento teórico dos outdoors enquanto linguagem da arte e suas possíveis relações com o nosso cotidiano; perceber o que os jovens falam sobre suas experiências com a comunicação visual evidenciando a importância dos meios de comunicações visuais, e empregar experiências de comunicação visual. A proposta metodológica envolve uma pesquisa de campo com aplicação de questionário. O recorte da pesquisa, ou seja, a pesquisa de campo acontece com a turma de alunos de Ensino Médio. Além da aplicação do questionário os alunos vivenciaram diferentes atividades referente a comunicação visual. Ao término deste trabalho percebi que a utilização da comunicação visual é bem aceita pelos alunos, e esta linguagem contemplaria o que aponta o PCN.

Palavras-chave: Comunicação Visual, Arte, adolescente e educação.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1: Orphée aus Enfers, de 1858	15
Figura 2: Outdoor na beira da rodovia	16
Figura 3: Outdoor na Barraca de cachorro quente	16
Figura 4 e Figura 5 Outdoor online	17
Figura 6: Alunos respondendo a pergunta	24
Figura 7: Imagem do grupo de alunos 1	26
Figura 8: Imagem do grupo de alunos 2	26
Figura 9: Imagem do grupo de alunos 3	27
Figura 10: Outdoor Digital grupo 1	28
Figura 11: Outdoor Digital grupo 2	28
Figura 12: Outdoor Digital grupo 3	28
Figura 13: Outdoor realizado em grupo pelos alunos	29

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

PCN – Parâmetro Curricular Nacional

SC – Santa Catarina

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	11
2 ARTE NA EDUCAÇÃO	13
3 LEITURA DE IMAGEM	16
4 REFLEXÕES SOBRE A HISTÓRIA DO OUTDOOR.....	20
4.1 Outdoor.....	20
4.2 O Alfabetismo Visual através dos Outdoors	22
4.3 A comunicação Visual dos outdoors é arte?.....	24
4.4 Comunicação Visual	26
5 METODOLOGIA.....	29
6 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS.....	30
7 CONCLUSÃO	37
REFERÊNCIAS.....	39
APÊNDICE.....	41

1 INTRODUÇÃO

Hoje o consumo de imagens vem desde cedo, tornando crianças, consumidores de imagens. Imagens estas, que pode ser encontradas facilmente nas grandes rodovias, prédios, entre outros espaços – principalmente ligados à propaganda.

A presente investigação busca mostrar a linguagem deste meio visual de comunicação para despertar a curiosidade, apontando questões ligadas direta e indiretamente à arte.

Neste sentido, traz o seguinte problema: É possível utilizar com alunos os outdoors, veículos de comunicação visual que comportam signos e símbolos, como uma das linguagens artísticas em sala de aula.

Pretendo com esse trabalho, refletir sobre a utilização dos outdoors em sala de aula como uma das linguagens de arte, tendo como objetivo geral, ampliar o conhecimento sobre as diferentes possibilidades de utilizar os veículos de comunicação visual nas aulas de artes. Tendo como objetivos específicos: discorrer sobre o conhecimento teórico dos outdoors enquanto linguagem da arte e suas possíveis relações com o nosso cotidiano; perceber o que os jovens falam sobre suas experiências com a comunicação visual evidenciando a importância dos meios de comunicações visuais, e empregar experiências de comunicação visual.

No mundo de hoje (contemporâneo), as linguagens artísticas estão mais ampliadas, difundindo-se e criando novas modalidades. Pode-se observar que a arte se utiliza de vários meios para se manifestar. No ensino das artes os mais conhecidos são a pintura, a escultura e o desenho. As artes gráficas (gravura, tipografia e demais técnicas de impressão), a arquitetura, entre outras. A arte vai para além de formas tradicionais, pois ela faz uso do recurso de sua época, encontrando-se com os avanços tecnológicos, que pode ser visto inclusive nas artes gráficas (outdoors)...

Nos capítulos que seguem, proponho uma síntese sobre o outdoor, aprofundando um conhecimento teórico enquanto linguagem da arte e suas possíveis relações com a educação, para que se possa compreender de que maneira possamos ampliar nosso conhecimento sobre a comunicação visual do outdoor, evidenciando sua importância em sala de aula, e pelo seu papel fora de sala também.

Tendo como ponto inicial da pesquisa, a utilização da comunicação do outdoor em sala de aula e o encontro do mesmo com os alunos como linguagem artística, o capítulo 2 apresenta o conceito sobre arte – educação, no capítulo fala sobre leitura de imagem em sala de aula.

O capítulo 4 deste trabalho apresenta autores que explicam sobre o que é outdoor, sua história, sua importância dentro da arte.

No capítulo 5 discorre-se sobre a metodologia, no capítulo 6 encontra-se a análise e resultados dos dados. Na sequência, no capítulo 7 há a conclusão da monografia.

2 ARTE NA EDUCAÇÃO

A educação serve para educar o homem, desenvolvê-lo socialmente para melhor conviver com outras pessoas. A escola entra com a função de sistematizar o conhecimento, possibilitando o aprendizado e a criação aos alunos, ampliando o saber através das trocas que ocorre de pessoa para pessoa, podendo vir em grupo ou individualmente. Brandão (1995, p.43) aponta que “o pedagogo era o educador por cujas mãos a criança grega atravessava os anos a caminho da escola, por caminhos da vida”.

Para muitos professores, educação é apenas transmissão de conhecimento, quando deveria haver também a importância da procura de conhecimento e desenvolvimento de habilidades, já que as pessoas são diferentes umas das outras, tendo aptidões diferentes, gostos diferenciados. Para Barbosa (2005, p.99) “A arte na educação, como expressão pessoal e como cultural, é um importante instrumento para a identificação cultural e o desenvolvimento individual”. No que se refere a identificação cultural e o desenvolvimento individual apreende-se quão importante ferramenta é a .arte educação.

De acordo com (Bagno, 2002, p. 14) “Quem põe seu filho na escola espera que ela cumpra com seu papel mais importante que – ao contrário do que muita gente pensa, professores inclusive – não é apenas transmitir conteúdos, mas sim ensinar e aprender”. Os pais levam seus filhos à escola, para que eles aprendam as diferentes disciplinas escolares. Mas as escolas não são somente para transmitir conteúdo, elas deveriam ter como objetivos também o ensinar e aprender com ela. Ensinar a conviver socialmente, promovendo, por exemplo, trabalho em grupo, para que se possa viver em união, obtendo respeito uns com os outros.

A criança passa uma boa parte de sua vida na escola, junto com os professores, local onde são orientados para a vida. Começa desde as séries iniciais e vão para o ensino médio, são poucas pessoas que continuam mais além, cursando um técnico, ou uma graduação. Esse processo, segundo Brandão (1995, p.64) aparece como sendo um “processo contínuo, que começa nas origens do ser humano e se estende até a morte”.

Para o autor acima estamos em constante aprendizado, sendo que nossa educação começa em casa e vai além da escola, pode ser vista em toda parte, a

todo o momento estamos aprendendo, podemos estar trabalhando, viajando, brincando, que estaremos aprendendo sempre algo novo. Kant afirma que “o fim da educação é desenvolver em cada individuo toda a perfeição de que ele seja capaz” Kant (apud Brandão, 1995, p.63). De acordo com esses autores estamos sempre aperfeiçoando nossa educação, ou seja prendemos a cada momento de nossa existência.

Para Bagno (2002, p.15),

Ensinar e aprender, não são apenas mostrar os caminhos, mas também orientar o aluno para que se desenvolva um olhar crítico que lhe permita desviar-se das bombas e reconhecer, em meio ao labirinto, as trilhas que conduzem as verdadeiras fontes de informação e conhecimento.

O mundo é um conjunto de informações, podendo ser visto, por todos os lados, onde sempre vamos ter um contato, seja pela TV, rádio, jornais, cartazes, internet, outdoors, entre outros. O professor cria o caminho para que o aluno chegue sozinho as fontes de conhecimento que estão na sociedade. O professor tem como papel importante orientar seus alunos com o que acontece em volta.

Em cada pessoa há uma aptidão para algo, e na escola contendo várias ramificações de ensino é mais fácil para o aluno saber o que gosta mais, com o que se identificou melhor, como, por exemplo, no ensino das artes, que é uma disciplina ampla, podendo diversificar muitos assuntos, como o da comunicação visual.

A linguagem das artes gráficas dos outdoors juntamente com outras manifestações artísticas, é uma fonte de conteúdo e informações, sendo um recurso acessível para a maioria das pessoas, pelo fato de estarem a nossa volta, podendo ser vistos em prédios, estações, entre outros.

Utilizando a comunicação visual dos outdoors em sala de aula, podemos explorar junto com os alunos a história, sua técnica, sua relação com a sociedade, repensando o conceito de arte que os alunos têm, ampliando seu olhar que estão voltados na maioria das vezes na pintura, na escultura e no desenho.

O professor é um propositor, estreitando a relação do aluno com a educação, onde ele contribui com seus conhecimentos, na construção do que o aluno vai conquistando enquanto seu próprio conhecimento. O uso da comunicação visual dos outdoors em sala de aula, em específico nas aulas de arte, é defendido como algo

produtivo e necessário, uma vez que o outdoor faz-se uma das linguagens da arte e, está próxima ao que o aluno vivência diariamente. O aluno acaba tendo um interesse no assunto, já que as imagens são um registro, e assim pode auxiliar o aluno a absorver informações contidas dentro daquela imagem a ser observada, ou mesmo refletir a partir do que ela não contempla.

Podemos observar na imagem do outdoor os elementos básicos da linguagem visual, tais como, a linha, a textura, a cor, a luz, somando-se aqui sua poética e sua estética.

3 LEITURA DE IMAGEM

Hoje vivemos na civilização da imagem, é a era da visualidade cultural visual, onde pode ser visto imagens por toda parte. As imagens contêm mensagens que podem influenciar mais do que textos. Influenciam-nos em nosso modo de vestir, de pensar, em nossa sociedade, o que é belo em nossas vidas, o que devemos consumir.

O mundo está cercado de imagens, fazendo com que a educação em arte se torne mais necessário, para ajudar os estudantes a compreenderem e a adquirirem o conhecimento que as imagens nos trazem.

Para Rossi (2003, p.09), todo o aluno deve ter a oportunidade de interpretar os símbolos da arte, pois a dimensão estética é constituída do potencial humano.

A maioria de informações que o aluno recebe chega através de imagens, algo produzido pela saturação de imagens.

Ana Mae Barbosa (1999, p.14) diz que:

A leitura de imagens na escola prepararia os alunos para a compreensão da gramática visual de qualquer imagem, artística ou não, na aula de artes, ou no cotidiano, e que torna-os conscientes da produção humana de alta qualidade é uma forma de prepara-los para compreender e avaliar todo o tipo de imagem, conscientizando-os do que estão aprendendo com estas imagens.

Segundo a autora acima na atualidade todos os alunos devem ser preparados para compreender e avaliar as imagens.

Para Rossi (2003, p.19),

A leitura de imagem serve para denotar o processo que o leitor vive na relação com a obra/imagem, seja na interatividade, na pintura, no museu ou na sala de aula, onde, atualmente, milhares de alunos estão a olhar para as reproduções de obras de arte que os professores estão trazendo para as atividades de leitura.

É importante ressaltar portanto, que milhares de alunos estão aprendendo a ler as imagens trazidas pelo professores, por isso esse olhar deve ter significado para quem vive essa relação obra/imagem.

A leitura dessas imagens é um meio para a conscientização de que somos os destinatários de mensagens que pretendem impor valores, ideias e comportamentos que não escolhemos. Porém o importante é que aconteça a atividade de leitura.

Segundo Pillar (1999, p. 15), “ler uma imagem é perceber, compreender, interpretar a trama de cores, texturas, volumes, formas e linhas que constituem uma imagem”.

Leitura de imagem é ler o mundo. E, neste mundo moderno, repleto de mensagens visuais, a leitura também envolve ler imagens. Na sociedade urbana, industrializada e tecnológica, a leitura como processo, que requer uma metodologia e teoria próprias, não ocupa lugar de destaque nos currículos de formação de professores, muito além das fronteiras da alfabetização.

A comunicação visual vem-se desenvolvendo, nossas vidas diárias são permeadas de imagens de todos os tipos e que as lemos constantemente – códigos textuais e gráficos, expressões fisionômicas, elementos da natureza. Portanto, o conceito de leitura é muito mais vasto do que o usualmente empregado no senso comum.

Hoje, com as novas mídias e a produção de imagens, nossa realidade passa a ser construída através da representação de imagens e não de um objeto real. Observa-se, portanto, a necessidade de criação de mecanismos para a leitura desses novos, múltiplos e poderosos códigos visuais que invadem espaços públicos e privados, através da televisão, de jornais e revistas, do cinema e do computador, de outdoor.

Trevisan (2002, p. 73) “propõe cinco modalidades de metodologias de leitura de imagens, devido às múltiplas facetas existentes nesse processo”. O primeiro, leitura bibliográfico-intencional, presume um estudo da vida do autor e suas ideias estéticas, do ambiente em que viveu das categorias de sua produção e da relação artista-cliente. A seguir, a leitura cronológico-estilística baseia-se na influência do período histórico sobre os estilos de ver e interpretar do artista. Depois ele apresenta a leitura formal, ainda muito conhecida no Brasil, fixa-se na análise da obra de arte em si, na sua estrutura e disposição da composição e dos elementos gráficos. Na sequência, a leitura iconográfica acrescenta à leitura formal, a leitura dos elementos expressivos e simbólicos intrínsecos – questões históricas, sociais, econômicas, políticas, documentais – descrevendo e classificando as imagens. Finalmente, a iconologia ou iconografia interpretativa busca analisar a concepção de mundo

refletida no objeto artístico, fundamentando-se em documentação política, poética, religiosa, filosófica e social, referencial de uma época ou local. Esquematiza, assim, a atitude do artista de representar ou de pensar sobre uma realidade.

As imagens estão muito presentes em nosso dia-a-dia e são poderosas formas de comunicação e informação. Decifra-las, interpretá-las ou lê-las são necessidades fundamentais para qualquer tipo de atividade contemporânea. O ensino da arte no processo pedagógico amplia o mundo expressivo, cognitivo e perceptivo do aluno e as leituras de imagem nesse processo ampliam a habilidade de ver, julgar e interpretar uma imagem dentro de seu contexto histórico, social, político e cultural.

A leitura é bem mais que decifrar palavras, é também conhecer os códigos que fazem parte do dia-a-dia, que estão presentes nos gestos, nas roupas, nos alimentos, nos sons, nas imagens. O domínio desses diferentes códigos permite que o indivíduo interprete a sua realidade, especialmente as informações visuais que são tão constantes nos livros, revistas, outdoors, internet, entre outros meios de comunicação.

Ao trazer a realidade dos alunos os aspectos da cultura visual, é fundamental procurar desenvolver de forma crítica, dando-lhes munção e embasamentos para suas leituras e interpretações.

Ana Mae Barbosa vem incorporando suas idéias no ensino da arte desde a década de oitenta através da metodologia triangular, que é a articulação entre a produção, a leitura e a contextualização da imagens.

De acordo com Barbosa (2007, p.34)

Temos que alfabetizar para a leitura da imagem. Através da leitura das obras de artes plásticas estaremos preparando a criança para a decodificação da gramática visual, da imagem fixa e, através da leitura do cinema e da televisão a preparamos para aprender a gramática da imagem em movimento.

Embora existam diversas formas de se interpretar uma imagem, nenhuma delas é suficiente, para se chegar a uma interpretação mais abrangente, todas poderão combinar-se para se complementarem. Cabe ao professor uma verdadeira educação estética através de um método adequado inter-relacionando o contexto cultural com a realidade do seu leitor. Cada vez que se lê uma imagem o

processo de interpretação reabre-se, mesmo aquilo que se conservou da primeira interpretação é mudado em função do novo contexto, possibilitando novas interpretações. E também avaliar a imagem, que é uma reflexão baseada na bagagem cultural do leitor, que é o confronto da obra tal como é com a obra como ela própria queria ser indicando o seu valor artístico.

4 REFLEXÕES SOBRE A HISTÓRIA DO OUTDOOR

4.1 Outdoor¹

Em tempos atrás teve diferentes formas de se anunciar ao ar livre, tomamos como exemplo, as inscrições pré-históricas nas cavernas, os hieróglifos egípcios nas paredes dos templos.

O cartaz passou a existir com a impressão sobre o papel. De 1480 até 1820, o cartaz não era nada além de um texto tipográfico com uma vinheta.

Em 1772, era tão grande a proliferação da propaganda que a profissão de colador foi regulamentada.

Em 28 de julho de 1791, o governo francês determinou que a impressão em preto e branco fosse exclusiva para mensagens oficiais.

Em 1793, o austríaco Alois Senefelder inventou a litografia, aperfeiçoando a impressão dos cartazes, levando ao desenvolvimento com mais rapidez.

O pintor Jules Cheret foi o autor do primeiro desenho litográfico a cores: “Orphée aus Enfers, de 1858”.

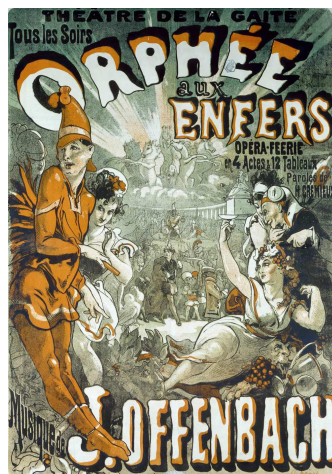


Figura 1 - Orphée aus Enfers, de 1858

Fonte: <http://www.histoire-image.org/pleincadre/index.php?i=732>

Arte e propaganda se uniram para transformar as ruas em galeria a céu aberto, fazendo com que as pessoas tivessem um acesso maior à arte.

¹Outdoor: painel ou placa com propaganda colocados próximos a ruas, avenidas, rodovias.

Outdoor, um dos primeiros meios publicitários utilizados pelo homem para divulgar produtos, serviços, ideias e etc. Em São Paulo foi instalada a primeira empresa que produzia outdoor no Brasil, a qual chama Publix, cuja continua em atividade.

Em tempos atrás, quase tudo era artesanal, os anúncios eram pintados à mão, diretamente na chapa de impressão, cor por cor, chapa por chapa, por desenhistas especializados conhecidos como decoradores, levando ao desenvolvimento de escolas de letristas e ilustradores de cartazes.

Outdoor é o nome dado a um meio de comunicação publicitário exterior, colocados em placas, em locais de fácil visibilidade, como à beira de rodovias ou no alto de edifícios nas cidades. O outdoor faz parte da paisagem urbana das cidades, do cotidiano das pessoas, independente de sexo, classe social ou faixa etária, levando liberdade criativa e versátil para a comunicação visual, destacando-se pelo o impacto que causa visualmente. Raramente alguém irá parar, mesmo que por alguns instantes, em frente a um outdoor só para vê-lo.



Figura 2 -Outdoor na beira da rodovia
Fonte : Pesquisador



Fig. 3 -Outdoor na Barraca de cachorro quente
Fonte: Pesquisador

As pessoas são indefesas as mensagens do outdoor, sendo assim, este meio de comunicação tem uma responsabilidade ao meio social, é importante que a mensagem do outdoor não agrida nenhum público a que ela se expõe. O outdoor esta em constante contato com jovens e adolescentes, pelo fato destes estarem geralmente nas ruas.

Na época os outdoors não tinham uma variedade de dimensões como os dias de hoje, eles eram pequenos, recortados de forma oval e fixados em postes. Mas hoje com a tecnologia em auxílio, além dos outdoors tradicionais, pode se observar

outdoors online. A publicação do outdoor online tornou-se uma comunicação mais barata, simples e muito criativa.

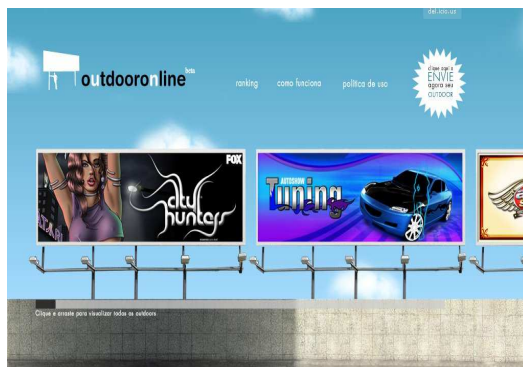


Figura: 4: outdoor online
Fonte: (site)

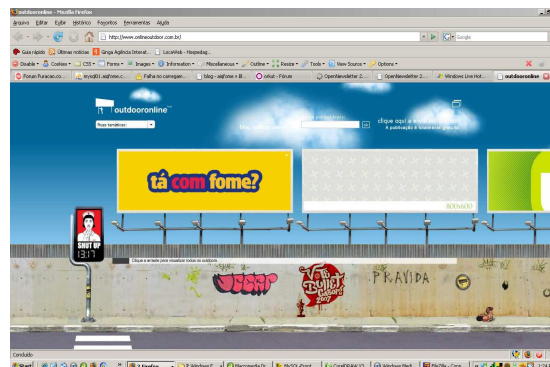


Figura 5 : outdoor online
Fonte: (site)

4.2 O Alfabetismo Visual através dos Outdoors

É através das imagens que tornamos possível a visualização de quem somos de onde estamos e de como sentimos. Imagem é uma forma de representação. A imagem mostra além da beleza estética, apresenta um significado, o que esta é representada.

A interpretação das imagens se faz por meios de seus signos. A imagem representada pelos outdoors torna-se um objeto por meio do trabalho de um artista, de um indivíduo, quem observa a imagem reconstrói em sua memória o objeto, uma relação de imagens criadas por outras pessoas e usadas para vários fins, inclusive para a criação e interpretação de novas imagens.

Barbosa cita (2005, p.127), que por meio do inter-relacionamento entre a cultura visual de massa e a arte, novas imagens são produzidas e novos significados da arte emergem.

Para a imagem chegar às ruas, esta passa por vários processos. O processo é, mais provavelmente, um relacionamento altamente interativo entre imagem e público. A propaganda dos outdoors ilustra particularmente bem o processo de estabelecer significado em relação a signos.

O outdoor é o veículo que muitas pessoas utilizam, quando desejam vender seus produtos. Por outdoor devemos entender todos os tipos de propaganda ao ar livre. Além de levar às multidões tanta coisa, tantos produtos e serviços.

Outdoor, também é conhecido como cartaz de rua. Este começou com uma só folha e hoje são utilizadas diversas folhas para montar uma imagem. O cartaz de rua que vemos a todo instante é também chamado de outdoor de folhas coladas.

O cartaz na rua não é apenas visto, mas sua mensagem é lembrada. Podemos perceber que as empresas anunciantes, agências de propaganda têm a preocupação com a parte estética do outdoor, quem passa pelas ruas vê logo que outdoor muitas vezes neutraliza a feiura de um terreno baldio.

A boa mensagem de outdoor é aquela que dá seu recado em poucas palavras. Tem uma linguagem rápida, direta, original, agrada no visual, provocar desejo, expectativa, humor, convicção. O outdoor põe mensagem no olho da rua. No olho de quem passa, de quem para, de quem conversa, de quem freia.

Para Barbosa (2005, p.264), cultura visual é o termo dado à mudança e a compreensão de arte expandida, refletida na Arte/Educação por meio da recente proliferação e penetração das imagens visuais e artefatos de sua importância na vida social.

Através da arte o indivíduo pode desenvolver a percepção e a imaginação para aprender a realidade do meio ambiente em que vive, desenvolver sua capacidade crítica, permitindo analisar a sua própria realidade e desenvolver sua capacidade criadora.

Com a tecnologia da comunicação, as imagens atravessam os diferentes espaços públicos da vida social e penetram no mundo, tomando conta das intimidades de nossa vida social.

Em nosso meio contemporâneo, para obtermos uma compreensão da arte, o indivíduo necessita de um conhecimento para obter uma nova escuta e um novo olhar. É importante ao aluno que o professor de atenção à arte produzida por meios eletrônicos. Saber ver e avaliar o meio de comunicação visual é ser crítico e informado.

A imagem é um meio de reproduzir objetos, figuras, pessoas, entre outros. A comunicação visual dos outdoors não apenas transformaram o meio cotidiano, mas também possibilitaram novos conceitos para a percepção, identidade, representação, desejo, criação, do indivíduo. Com as novas tecnologias na sala de aula, torna-se necessário que o professor aprenda a ensiná-las, para inserir na produção cultural dos alunos, e também educar para a recepção, o entendimento e a

construção de valores das artes das comunicações visuais, formando pessoas conscientes.

Vivemos em um mundo visual, onde as imagens se transformaram no produto mais essencial de nossa informação e conhecimento. Com as mudanças que acontecem na arte, pela tecnologia parto da consideração de que os professores tem a responsabilidade de ensina-las, para que os estudantes possam absorvê-las criticamente.

4.3 A comunicação Visual dos outdoors é arte?

Afinal o que é arte. Quem sabe dizer o que é arte. Todos nós perguntamos o que é arte, mas a resposta não se limita a uma única definição, pelo fato de que é difícil definir seu conceito. Por não obter uma única resposta, tendo como motivo de que a arte se expandiu da pintura, da escultura para outras linguagens e outras considerações que se fazem necessárias. Encontramos a arte em várias direções, como na literatura, no cinema, na arquitetura, entre outras. Sendo assim quando podemos dizer que a comunicação visual dos outdoors é arte.

É possível dizer então que arte são certas manifestações da atividade humana diante das quais nosso sentimento é admirativo [...] Podemos ficar tranquilos: se não conseguimos saber o que a arte é, pelo menos sabemos quais coisas correspondem a essa idéia e como devemos nos comportar diante delas (COLI, 1990, p.08).

Na arte há uma grande diversidade, havendo diferentes padrões de beleza, que antes estavam ligadas a pinturas de paisagens, quadros bem pintados, com perfeição, retratos. Hoje o padrão de beleza é outro, que além do belo encaixa-se o feio, pois, no mesmo espaço do doce, se junta às coisas mais nojentas e repugnantes, podemos ter uma obra de arte, onde o feio passa a juntar-se com o belo.

O conceito de arte mudou, a arte vem evoluindo, colocando de lado considerações tradicionais como a criatividade do artista, o valor eterno da obra, seu estilo e conteúdo.

A arte em tempos passados era exercida por mestres que ensinavam técnicas para que mais tarde, seus alunos se tornassem mestres. As obras tinham um critério, diferente de hoje, na qual a importância vai para além do saber fazer.

Segundo Coli (1990, p.10): “para decidir o que é ou não arte, nossa cultura possui instrumentos específicos”. Segundo o autor não cabe a nós determinar o que é arte, uma vez que a contemporaneidade possui organismos para tal, visto que é dominada pela comunicação visual.

Em um mundo dominado pela comunicação visual, o outdoor só vem para acrescentar, pode ser ou não arte, tudo depende do contexto, do momento, dos ícones envolvidos na imagem. Cabe ao observador interpretar a imagem, acrescentar a ela sua fala, o sentimento que ela traz. No outdoor há uma série de símbolos organizados pelo artista e o receptor os interpreta e os completa com mais símbolos de seu repertório.

A comunicação Visual dos outdoors é arte? Para responder a esta pergunta é preciso examinar os componentes individuais do processo visual em sua forma mais simples. Sendo que a fonte de todas as comunicações visuais são os elementos básicos, como o ponto, a linha, a forma, a textura, a cor, a proporção. É a partir desses elementos que há uma manifestação visual.

Para julgar o que é ou não, obra de arte, surge o crítico aquele que diz que sabe o que é arte, analisa, que valoriza e desvaloriza a obra, junto com ele o curador.

Para Coli (1990 p.64) “[...] a idéia de arte não é própria a todas as culturas e que a nossa possui uma maneira muito específica de concebê-la”.

O que é arte para nós pode ser para outras culturas um simples objeto que tenha outra função. Como exemplos podem pegar as máscaras africanas que para o nosso olhar são obras artísticas e que para eles são instrumentos de culto, de magia. O conceito de arte para nós pode ser diferente do conceito para outro povo que tenha uma cultura diferente.

Hoje o objeto artístico é apresentado também fora de museus, galerias. Ao passar do tempo à arte muda, o acesso a ela acontece através de diversas maneiras, podendo ser vista em teatros, cinemas, galerias é através deles que a arte existe e seu acesso é direito de todos.

Nas palavras de Dondis (1997, p.27), “se a arte é, como Bergson a define, “uma visão direta da realidade”, então não resta dúvida de que os modernos meios

de comunicação devem ser muito seriamente vistos como meios naturais de expressão artística, uma vez que apresentam e reproduzem a vida quase como um espelho”.

Com o crescimento das comunicações visuais, cresce também a busca para compreender seus componentes. Para uma pessoa que pretende se utilizar de comunicação visual em suas atividades, precisa compreender as mensagens visuais. É provável que o alfabetismo visual torne-se uma das preocupações fundamentais da educação.

4.4 Comunicação Visual

Na criação de uma comunicação visual, o significado está além dos efeitos através do acúmulo de elementos básicos, mas está também na percepção do organismo humano. A partir da utilização de cores, formas, textura, entre outros elementos, obtêm um significado, um resultado. Outro processo é o ver através dos olhos para absorver a informação.

Os professores continuam ministrando suas aulas visando o passado, tendo a tradição como principal assunto, deixando de lado a realidade do movimento do mundo que a arte tem a oferecer.

Para Dondis (1997, p.96), “a reprodução da informação visual natural deve ser acessível a todos”. Podemos ensinar e aprender com a comunicação visual. Podemos reproduzir as informações visuais de nosso dia-a-dia, através da impressão.

A escola tem como base preparar os alunos, os tornando capazes de enfrentar o mundo do futuro, conforme as técnicas vão avançando no decorrer do tempo. Uma formação baseada somente no passado, trás consigo informações sobre a evolução que a arte obteve, mas não trás a exploração de instrumentos de nossa realidade atual.

Nas velhas academias, o ensino está ainda muitas vezes baseado nas técnicas antigas, e enquanto os estudantes se afadigam à volta de uma técnica ultrapassada, seus cérebros já estão no futuro próximo. (Munari, 1997, p. 55)

A arte na escola, não é para formar grandes artistas, mas indivíduos capazes de dialogar, pensar, trazer conseguem argumentos, críticas, para que este possa definir o seu eu.

Em tempos atrás na arte eram vistos como meio de comunicação a pintura, a escultura, e hoje com tantos meios que estão a nossa disposição, muitas pessoas preferem fotografar a desenhar.

Mostrar

Da câmara escura aos meios de comunicação de massa, como o cinema e a fotografia impressa, tem-se verificado uma lenta, mas firme progressão dos meios técnicos mais aperfeiçoados de fixar e conservar a imagem, e de mostra-la a milhões de pessoas em todo o mundo. (Dondis, 1997, p.88)

O autor acima ressalta a firme progressão dos meios de comunicação de massa, prendendo-se ao cultivo da imagem com o intuito de difundir as pessoas do mundo inteiro.

Sendo assim cabe ao professor o dever de preparar o aluno a fim de reconhecer melhor a realidade que esta a sua volta, adaptando o individuo para que este não seja ultrapassado pela realidade de hoje. Conhecer as imagens que nos cercam, significa aumentar as possibilidades de contato com a realidade, ver e perceber mais. Conhecer e compreender a comunicação visual

Para Munari (1997, p. 58), “conhecer comunicação visual é como compreender uma língua feita só de imagens, mas imagens que tem o mesmo significado para as pessoas de todas as nações, portanto de todas as línguas”.

Toda a massa esta envolvida por comunicações visuais, as quais podem extrair conhecimentos, sem utilizar a palavra, estando envolvido somente na imagem.

Assim como existem frases confusas compostas por palavras que se prestam a mais que um significado, também existem comunicações visuais confusas, feitas por imagens pouco definidas de modo objetivo. (Munari, 1997, p.58).

Tudo o que possamos observar, é uma comunicação visual, podendo ser uma nuvem, uma flor, um sapato, o cartaz. Todas as imagens tem um significado diferente, depende de onde estão inseridas, em uma mesma imagem pode ter informações diferentes. As imagens servem como suportes visuais, um conjunto de elementos, como textura, forma, linha, movimento, que tornam visível, a mensagem da imagem.

Nas palavras de Dondis (1997, p.230), “os educadores devem corresponder as expectativas de todos aqueles que precisam aumentar sua competência em termos de alfabetismo visual”.

Para ter um bom entendimento da comunicação visual, precisamos obter conhecimento, ou seja, os professores necessitam pesquisar para que poder apreciar e compreender melhor a realidade.

5 METODOLOGIA

A presente investigação busca contribuir para a utilização da comunicação visual dos outdoors em sala de aula para despertar a curiosidade, apontando questões ligadas direta e indiretamente à arte.

É a partir do problema: “é possível utilizar com alunos os outdoors, veículos de comunicação visual que comportam signos e símbolos, como uma das linguagens artísticas em sala de aula?”, sendo que procuro com a presente investigação que se caracteriza como uma pesquisa qualitativa, indagar diferentes possibilidades de pensarmos a influência dos outdoors no espaço urbano e no ensino das artes.

De acordo com Gonçalves, (2008, p. 38)

[...] assim, a pesquisa qualitativa tem por objetivo traduzir e expressar o sentimento dos fenômenos do mundo social, especialmente no campo das ciências sociais. Trata de reduzir a distancia entre indicador e indicado, entre teoria e dados, entre contexto e ação.

Neste estudo tenho como objetivo geral: ampliar o conhecimento sobre as diferentes possibilidades de utilizar os veículos de comunicação visual nas aulas de artes.

Sendo que elegi como objetivos específicos: discorrer sobre o conhecimento teórico dos outdoors, enquanto linguagem da arte e suas possíveis relações com o nosso cotidiano; perceber o que os jovens falam sobre suas experiências com a comunicação visual evidenciando a importância dos meios de comunicações visuais, e por fim, empregar experiências de comunicação visual.

.Esta pesquisa foi realizada em uma escola da rede pública, no município de Turvo - SC. Tendo como sujeitos alunos do Ensino Médio na faixa etária de 15 a 16 anos, utilizei como instrumento para coleta de dados um questionário com perguntas abertas.

6 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS

A pesquisa de campo foi realizada em um ambiente escolar, em uma escola Estadual no município de Turvo – SC, onde primeiro foi apresentado à diretora e professora a proposta, no qual foi entregue um projeto referente ao conteúdo a ser realizado pela professora de arte titular, que logo foi apresentado aos alunos. Neste projeto encontram-se as etapas a ser seguidas pela professora titular, servindo como caminho para o cumprimento de minha investigação, relatando as atividades realizadas pela professora com os alunos. Foi desempenhada com a turma do 2º ano do ensino médio, totalizando 25 alunos, na faixa etária de 15 a 16 anos.

Para obter o objetivo da pesquisa, foi organizado cinco encontros com os alunos. Sendo que no primeiro procurei analisar as aulas de artes, aplicando um questionário direcionado aos alunos, para obter o conhecimento deles sobre comunicação visual. Na continuação da aula a professora explicou aos alunos o que é outdoor, e sua utilização no meio urbano. Como atividade a professora dividiu a sala em três grupos, cada grupo teria que levar a próxima aula imagens com valor comunicativo.

No questionário elaborado com pergunta direcionada ao entendimento do aluno com o assunto, as respostas foram dadas sem que houvesse o intermédio da professora, obtendo-se respostas a partir do que sabiam.

Os alunos foram identificados como A1, A2, A3, A4 etc. Em caso das respostas dos alunos serem iguais, ou que se tem o mesmo sentido serão agrupadas em uma única resposta. Houve necessidade de fazer algumas correções nas respostas dadas em função de erros de ortografia.

Questionário: O que você entende sobre comunicação visual?



Fig. 6 Alunos respondendo a pergunta.
Fonte: Pesquisador

A1 – É o registro da realidade. Tem grande importância na comunicação em massa.

A2 – Uma técnica artística.

A3, A4, A5, A6 e A7 – É a comunicação feita de imagens.

A8 e A9 – é o conjunto de imagens com as palavras.

A10 – é o convívio do homem com as imagens.

A11 – é a explosão de imagens em nosso cotidiano.

A12, A13, A14 e A15 – é o que vemos em nosso dia-a-dia.

A16 – é a comunicação publicitária.

A17, A18, e A19 – é quando olhamos para uma imagem, e nos comunicamos com ela.

A20 e A21 – é a informação utilizada por meios de imagens.

A22 – é o homem se comunicando com o mundo.

A23 – é uma comunicação em massa.

A24 – é a comunicação do novo tempo.

A25 – é comunicação por meios tecnológicos, utilizando-se de imagens.

No encontro seguinte com os alunos, os grupos apresentaram as imagens, e relataram qual seu valor comunicativo, os grupos levaram imagens próximas as suas residências, mas que antes não tinham conhecimento, ou não davam importância a sua existência.



Fig.7 Imagem do grupo de alunos 1
Fonte: Alunos

Grupo 1: A imagem desta comunicação visual tem valor publicitário, informa as pessoas sobre um estabelecimento, o qual é uma lanchonete localizada no centro da cidade. A imagem chama a atenção pelas cores quentes, à imagem em si da o valor gustativo, apresenta em seu contexto uma diferença de sabores.



Fig. 8 Imagem do grupo de alunos 2
Fonte: Alunos

Grupo 2: Este outdoor esta em um terreno baldio, e esta disputando o lugar com o matagal que cresce ao seu redor, dando uma outra visão para o terreno,

dando foco a imagem. Tem valor na propaganda, tem poucas imagens e está focado mais nas palavras.



Fig. 9 Imagem do grupo de alunos 3
Fonte: Alunos

Grupo 3: Hoje em dia estamos rodeados por imagens de diversos tipos e tamanhos, outdoor é um exemplo, pode ser encontrado em diversos lugares e com variados tamanhos e estilos. Este outdoor foi colocado em um ponto estratégico, em cima de um morro, para se obter uma visão mais ampla do mesmo, o seu formato é diferente dos mais tradicionais retangulares, ele procura uma forma mais natural, de um casal de surfistas, para chamar a atenção para um olhar mais jovem e de quem gosta de esportes.

Continuando o segundo encontro, e retomando a atividade em grupo, a professora levou os alunos à sala de computação, para que pudessem pesquisar imagens, e com os mesmos grupos montassem um outdoor cada, por meios digitais, utilizando softwares, como por exemplo, Paint, Photoshop, Corel Draw. Pelo fato da aula ser em um curto tempo, os alunos realizaram o término da atividade em casa. Ao final do encontro foi distribuído aos alunos um texto sobre outdoor, para obterem um conhecimento sobre a comunicação visual do mesmo, já que no terceiro encontro seria dada uma palestra sobre comunicação dos outdoors.



Fig. 10 Outdoor Digital grupo 1
Fonte: Alunos



Fig. 11 Outdoor Digital grupo 2
Fonte: Alunos



Fig. 12 Outdoor Digital grupo 3
Fonte: Alunos

Na terceira parte do encontro, a professora levou a sala de aula um empresário de uma, micro empresa do município de Turvo, que trabalha com comunicação visual. Este deu uma palestra e mostrou em data show os passos para se obter um outdoor, desde o esboço em papel, chegando ao desenvolvimento em softwares, a impressão, até a montagem e o resultado final nas ruas, em paredes, palanques, cavaletes. Ao final da apresentação a professora reforçou aos alunos sobre o que é o outdoor e o benefício para a sociedade.

No quarto e quinto encontro, os alunos montaram um pequeno outdoor com papel adesivo, onde todos trabalharam em equipe, começaram desde o esboço em papel A4, até a colagem dos adesivos em chapas de alumínio. Os alunos entre eles mesmos dividiram as tarefas, um determinado grupo criava os desenhos e palavras no software, outro grupo recortava os adesivos, alguns alunos cuidavam da

montagem dos palanques no pátio do colégio, na etapa final foi colado os adesivos nas chapas de alumínio.



Fig. 13 Outdoor realizado em grupo pelos alunos
Fonte: Pesquisador

Ao término da atividade veio à pergunta, o que representa a imagem para as pessoas que a observam? O que pode nos dizer uma imagem sobre o mundo, sobre nós e sobre os outros?

Em primeiro lugar os alunos procuraram apresentar algo novo. Tais decisões estarão fundamentadas em uma série de critérios: seu interesse como notícia, a familiaridade da pessoa que irá olhar a imagem, o ponto de vista dos alunos na comunicação. Devemos perguntar se a imagem que apresentada é a mesma que o grupo de alunos escolheu para representar a si mesmos ou se foi escolhida por outras pessoas, seus pais, amigos.

Para Barbosa cultura visual é o termo dado à mudança e a compreensão de arte expandida, refletida na Arte/Educação por meio da recente proliferação e penetração das imagens visuais e artefatos de sua importância na vida social, e que por meio do inter-relacionamento entre a cultura visual de massa e a arte, novas imagens são produzidas e novos significados da arte emergem.

Munari defende que conhecer comunicação visual é como compreender uma língua feita só de imagens, mas imagens que tem o mesmo significado para as

pessoas de todas as nações, portanto de todas as línguas. Assim como existem frases confusas compostas por palavras que se prestam a mais que um significado, também existem comunicações visuais confusas, feitas por imagens pouco definidas de modo objetivo.

Para Dondis a reprodução da informação visual natural deve ser acessível a todos. Podemos ensinar e aprender com a comunicação visual. Podemos reproduzir as informações visuais de nosso dia-a-dia, através da impressão. Os educadores devem corresponder as expectativas de todos aqueles que precisam aumentar sua competência em termos de alfabetismo visual.

7 CONCLUSÃO

Este estudo de campo indicou que os alunos não veem essas imagens criticamente, a menos que sejam ensinados a fazê-lo.

As perspectivas sobre comunicação visual discutidas na pesquisa de campo realizada com os alunos da Escola de Educação Básica João Colodel, vieram iluminar alguns aspectos do ensino e do aprendizado da cultura visual.

Professores é a ligação do conhecimento e alunos são aprendizes em busca dos significados. Os alunos aprendem dentro e fora das salas de aula, por meios populares da cultura visual. O professor deve procurar utilizar os meios da mídia, para ampliar o conhecimento e a imaginação dos alunos, pelos diversos meios de comunicação visual.

Os meios de comunicação visual não apresentam o mundo real, mas ao mesmo tempo tem a capacidade de ligar o mundo com nós mesmos, levando-nos ao passado, ao dia-a-dia, a cultura, aos desejos. O mundo que nos é apresentado vem de um ponto de vista que devemos decodificar, para compreendermos, os diversos elementos que constroem a comunicação entre a imagem e o observador.

Durante o tempo que o aluno vive com a escola, ele vai ampliando seus conhecimentos. Os professores de arte utilizam-se na maioria das vezes de imagens como material para ilustrar suas aulas, para melhor aguçar o olhar do aluno, fazendo com que ele entenda melhor o que o professor quer passar a eles.

O desinteresse que alguns alunos têm pela arte está na relação ao meio com que o professor transmite aos alunos. Os alunos ao fazer uma atividade proposta pelo professor, na maioria das vezes não sabem qual é o verdadeiro objetivo daquela atividade, o porquê de estar fazendo, levando muitas vezes a uma desconsideração pelas aulas de artes.

O verdadeiro significado de se trabalhar com comunicação visual nas aulas de arte, é o de que o aluno produza, faça, refaça, relacione, amplie sua percepção sobre o que há ao seu redor e sua visão do mundo, isso contribui diretamente na avaliação do professor.

É necessário criar um novo olhar, um fazer diferente, uma nova reflexão para que os alunos ampliem sua visão sobre a arte. Cabe aos professores de arte, lutar para desenvolver uma visão crítica das imagens, fazendo com que os alunos sintam

interesse ao apreciar as imagens, lhes oferecendo oportunidades para o seu desenvolvimento e o pensamento crítico e construtivo.

É importante oferecer aos alunos diferentes linguagens artísticas, para que ele possa vivenciar diferentes meios de se obter o gosto pela arte, não se utilizando somente dos desenhos, o que normalmente, é visto dentro das salas de aula.

Durante meu estágio, e com os comentários dos alunos pude compreender que a comunicação das imagens não é passada aos alunos como linguagem artística. Assim como, durante a pesquisa que realizei para obter uma visão do que se passa, a partir da fala dos alunos, percebi que a utilização da comunicação visual é bem aceita pelos mesmos, e esta linguagem contemplaria o que aponta o PCN.

A experiência que relato aqui me fez observar que existem outras possibilidades do uso da comunicação visual em sala de aula. E o que fica neste momento, é que sempre é possível buscarmos novas possibilidades quando falamos de arte, e compreendemos a comunicação das imagens como uma linguagem da arte, seria difícil suprir o problema aqui levantado, qual seja: “é possível utilizar com alunos os outdoors, veículos de comunicação visual que comportam signos e símbolos, como uma das linguagens artísticas em sala de aula”. Com um simples sim, o desafio é: que façamos novas experiências.

REFERÊNCIAS

BARBOSA, Ana Mae Tavares Bastos. **Arte/educação contemporânea: consonâncias internacionais**. São Paulo: Cortez, 2005. 432 p.

_____. **Arte-educação: Leitura no subsolo**. 2 ed. São Paulo: Ed. Cortez, 1999. 199 p.

BARBOSA, Ana Mae. **A Imagem no Ensino da Arte**. São Paulo, Perspectiva, 2007.

BAGNO, Marcos. **Pesquisa na escola: o que é, como se faz**. 9 ed. São Paulo: Ed. Loyola, 2002. 102 p.

BRANDÃO, Carlos Rodrigues. **O que é educação**. 33 ed. São Paulo: Ed. Brasiliense, 1995. 116 p. (Primeiros Passos v.20)

BRASIL. **Parâmetros Curriculares Nacionais:Arte/** Secretaria de Educação Fundamental. – 2 ed. – Rio de Janeiro: DP&A, 2000.

COLI, Jorge; Lars Erik Gustav Unonius. **O que é arte**. 11 ed. São Paulo: Ed. Brasiliense, 1990. 131 p. (Primeiros Passos 46)

DONDIS, Donis A. **Sintaxe da linguagem visual**. 2 ed. São Paulo: Martins Fontes, 1997. 236 p.

FUSARI, Maria Felisminda de Resende e; FERRAZ, Maria Heloisa Correa de Toledo. **Arte na educação escolar**. São Paulo: ed. Cortez, 1992-1993. 151 p.

GONÇALVES, Monica Lopes [et al.]. **fazendo pesquisa: do projeto a comunicação científica**. 2 ed. Joinville: Univille, 2008. 134 p.

LENZI, Lucia Helena Côrrea. **Imagem: intervenção e pesquisa**. Florianópolis: Ed. UFSC, 2006. 297 p.

MEDEIROS, Maria Beatriz de. **A arte pesquisa**. Brasília: Universidade de Brasília, 2003. 401p.

MUNARI, Bruno. **Design e comunicação visual**. São Paulo: M. Fontes, 1997. 350p.

OLIVEIRA, Ana Claudia de. **Semiótica Plástica**. São Paulo: Hacker Editores, 2004. 262p.

Parâmetros Curriculares nacionais: **Arte/Secretaria de Educação Fundamental**. – 2 ed. – Rio de Janeiro: DP&A, 2000.

PILLAR, Analice Dutra. **A educação do olhar no ensino das artes**. 4 ed. Porto Alegre: Mediação, 2006. 205 p.

ROSSI, Maria Helena Wagner. **Imagens que falam**: leitura da arte na escola. Porto Alegre: Mediação, 2003. 144 p.

SANTOS, Antonio Raimundo dos. **Metodologia científica**: a construção do conhecimento. 2 ed. Rio de Janeiro: DP&A, 1999. 139 p.

TREVISAN, Armando. **Como apreciar a arte**: do saber ao sabor: uma síntese possível. 3ª ed. Porto Alegre: AGE, 2002. 204p.

TRIVINOS, augusto Nibaldo Silva. **Introdução a pesquisa em ciências sociais a pesquisa qualitativa em educação**. São Paulo: Atlas, 1987. 175p.

WIKIPEDIA. **Outdoor**. Disponível em: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Outdoor>. Acessado em 24 de agosto de 2010.

Museu virtual. A história do outdoor. Disponível em: <http://www.memoriadapropaganda.org.br/Especiais/Outdoor/Outdoor.html>. Acessado em 28 de agosto de 2010.

Disponível em: <http://lafora.com.br/2007/04/outdoor-online> Acesso em: 21 de agosto de 2010.

APÊNDICE

Levantamento de dados que faz parte de uma pesquisa do acadêmico Alessandro da Rocha Matilde, da Universidade do Extremo Sul Catarinense-UNESC.

O que você entende sobre comunicação visual?

[illegible]